新时期我国社科院学术期刊网络传播平台研究

李君安
（南宁市社会科学院，广西 南宁 530022）

摘 要：社科院学术期刊在我国学术期刊中具有较大影响，研究其网络传播平台，可为其他学术期刊提升传播效能提供借鉴。社科院学术期刊中，94.92% 开通了官网，62.71% 开通了微信公众号，5.65% 开通了微博，仅有 1.69% 开设了客户端。存在传播平台的发展落后于媒体融合发展的要求，各传播平台之间衔接性缺失，平台设置有待优化，平台优先出版发展滞后等问题。建议以品牌意识建设权威官网平台，以服务意识打造特色微信平台，以创新意识打造微博及客户端平台，以全域意识构建立体化传播体系。

关键词：社科院；学术期刊；立体化传播；网络平台　　**中图分类号：**G232　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）01-017-03　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.01.001
本文著录格式：李君安．新时期我国社科院学术期刊网络传播平台研究 [J]. 中国传媒科技，2021（01）：17-18，21.

媒体融合时代使学术期刊发展进入新的历史方位，社科院作为党委、政府的思想库和智囊团，其主办的学术期刊在传播和宣传党和政府的重要思想和文化中具有重要作用和地位。社科院学术期刊仅占我国学术期刊的 2.8%，却占据了 CSSCI、中文核心期刊等我国各主要核心期刊评价体系收录期刊的 15%~21%。[1] 我国社科院学术期刊共有 177 种，其中中国社科院（包括其下属各院、所、单位等）主办的学术期刊有 76 种，省（自治区、直辖市）社科院（包括其下属各部、所、单位等）主办的学术期刊有 94 种，市社科院主办的学术期刊有 7 种。研究社科院网络传播平台，可为其他学术期刊提升传播效能提供借鉴，从而推动我国学术期刊的创新发展和移动化转型，助力构建中国特色哲学社会科学。考虑到社科院学术期刊基于网络的传播平台的应用现状，本研究选择具有普适性的官方网站（以下简称官网）、微信公众号、微博、客户端这 4 种传播平台进行研究，并提出发展策略。

社科院学术期刊中，有 168 种开通了官网（占比 94.92%），111 种开通了微信公众号（占比 62.71%），10 种开通了微博（占比 5.65%），仅有 3 种开设了客户端（占比 1.69%）。仅中国社科院人口与劳动经济研究所主办的《中国人口科学》与深圳市社会科学院主办的《特区经济》同时具备官网、微信公众号、微博、客户端。有 60 种期刊只有官网，无“两微一端”（占比 33.90%）。有 98 种期刊有官网和微信公众号，无微博和客户端（占比 55.37%）。有 5 种期刊完全未开通网络传播平台，既无官网也无“两微一端”（占比 2.82%）。

1. 官网成为主要传播平台

大部分社科院学术期刊开通了官网，有 168 种，占总数的 94.92%，其中 75 种为自建独立网站，82 种的官网是在主办单位的官网下的附属子网站，11 种使用知网提供的期刊网站，尚有 9 种期刊未开通官网（见表 1）。官网一般发布有期刊简介、当期目录、过刊浏览、征稿启示、投稿须知等信息。有官网的社科院学术期刊大部分在近几年陆续开通了在线投稿功能，方便作者投稿。部分期刊的官网有开放获取功能，可在其官网上免费下载已刊文章。少数期刊在官网上提供优先出版服务，即网络首发即将见刊的文章。总体而言，官网是独立网站的，大多功能较多，与用户的互动性较好；官网是附属子网的，互动性相对较弱，其中有些具备基本功能，但也有不少期刊仅仅是一个简单页面，功能性不足。

表 1　社科院学术期刊开通官网情况

	期刊数	占比
自建顶级域名	75	42.37%
自建二级域名	82	46.32%
知网域名	11	6.21%
无自建网站	9	5.08%
合计	177	100%

2. 微信平台快速发展

有 111 种社科院学术期刊开通了微信公众号，占期刊总数的 62.71%（见表 2），其中有效使用微信公众号的有 108 种，占期刊总数的 61.02%。核心期刊比非核心期刊更重视微信公众号的使用。其中 2/3 以上的核心期刊开通了微信公众号，仅约 1/3 的非核心期刊开通了微信公众号。有 3 种期刊虽然开通了微信公众号，但既没有设置菜单栏目，也没有发布任何信息，视为未有效使用公众号。

社科院学术期刊的公众号大多设置一级或二级菜单栏目，一般提供期刊简介、投稿须知、征稿启事、联系方式、过刊目录、文章摘编等信息。有些公众号不设菜单，

基金项目：南宁市社科院课题“我国社科院学术期刊新媒体传播平台研究”阶段性成果，课题编号：2020YJ-09

仅不定期推送往期部分文章。部分公众号提供链接官网、投稿查询、开放获取等功能。部分专业性期刊的公众号除了发布期刊相关信息，还会发布学科动态信息。

表 2　社科院学术期刊开通微信公众号情况

期刊类别		期刊数	占比
核心期刊（136 种）	有公众号	96	54.24%
	无公众号	40	22.60%
非核心期刊（42 种）	有公众号	15	8.47%
	无公众号	26	16.77%
合计		177	100%

3. 微博使用日渐式微

有 10 种社科院学术期刊开通了微博（见表 3），占期刊总数的 5.62%；目前仍在使用微博的期刊仅有 4 种，仅占期刊总数的 2.25%。最早开通微博的是哈尔滨市社科院主办的《学理论》，但其也是最早停用微博的期刊。目前仍在使用微博的期刊仅有 4 种，均为我国权威学术期刊，其中 3 种为中国社科院主办的学术期刊，分别为中国社会科学杂志社主办的《中国社会科学》、国际法研究所主办的《国际法研究》、人口与劳动经济研究所主办的《中国人口科学》，还有 1 种是广州市社科院主办的《开放时代》。除了这 4 种期刊，其他期刊均已停用微博，包括粉丝数最多的《新闻记者》。大部分期刊不使用或停用微博，主要是由于与官网、微信相比，微博以发布短信息为主，需要出版单位额外编辑信息，且没有栏目表现形式，不利于期刊展示。

表 3　开通微博的社科院学术期刊

期刊	粉丝数	关注数	发文总数（篇）	开通时间	最近发布信息时间
《新闻记者》	18689	1793	4541	2011 年 9 月 13 日	2018 年 3 月 26 日
《中国社会科学》	11975	230	549	2011 年 12 月 6 日	2020 年 6 月 2 日
《开放时代》	11243	74	940	2011 年 9 月 15 日	2019 年 11 月 23 日
《国际法研究》	1631	58	306	2014 年 1 月 21 日	2020 年 4 月 29 日
《俄罗斯东欧中亚研究》	650	163	190	2014 年 12 月 30 日	2019 年 1 月 1 日
《中国人口科学》	660	26	362	2014 年 4 月 24 日	2020 年 5 月 24 日
《哲学动态》	249	129	3	2013 年 4 月 18 日	2013 年 4 月 18
《中国经济史研究》	184	14	11	2015 年 1 月 23 日	2019 年 1 月 7 日
《特区经济》	50	83	229	2017 年 5 月 9 日	2018 年 9 月 29 日
《学理论》	2	33	26	2010 年 7 月 25 日	2012 年 7 月 26 日

4. 客户端极少使用

我国社科院学术期刊仅有 3 种开发了客户端 App，占期刊总数的 1.69%。这 3 种期刊分别为中国社科院人口与劳动经济研究所主办的《中国人口科学》、广东省社科院主办的《广东社会科学》、深圳市社科院主办的《特区经济》。《中国人口科学》在期刊封底印有其 App 安装二维码，安装其 App 后，需要注册登录，登录后可看到“杂志动态”“稿件查询”“在线编辑”“热点导读”“当期目录”“过刊浏览”“下期排行”“专家审稿”“期刊简介”等模块，但少数模块点击后未正常显示。《广东社会科学》在其公众号上有其 App 安装二维码，且分 iOS 版及安卓版。其 App 仅提供电子书架功能，可看到已出版的各期刊物。《特区经济》于 2019 年 7 月 26 日开通 App，可通过其微信公众号下载其安装二维码。相较而言，《特区经济》的 App 功能丰富、互动性强、界面美观，更能吸引用户并满足用户需求。

5. 社科院学术期刊优化网络传播平台策略

社科院学术期刊网络平台存在传播平台的发展落后于媒体融合发展的要求，各传播平台之间衔接性缺失，平台设置有待优化，平台优先出版发展滞后等问题，因此，亟须多措并举，优化发展其网络传播平台。

5.1　以品牌意识建设权威官网平台

官网是期刊展示自身形象、发布信息的重要平台，它具有专用性、权威性和公开性，侧重于期刊的整体展示。官网上发布的期刊信息应力求全面、细致。[2] 互联网上有很多虚假网站，没有官网非常不利于读者、作者获取相关信息，更易导致读者、作者误上虚假网站，造成负面影响。因此，未开通网官的期刊应尽快开通。本研究发现，一些期刊的官网是由中国知网设计开发并提供技术支持的，这类官网风格较为统一，功能基本齐全，能较好满足用户需求。目前，中国知网是免费向有需求的期刊提供这项服务的，对于条件受限无法独立开发官网的期刊而言，也不失为一种选择。但为避免同质化，突显刊物风格，期刊出版单位仍应尽量独立开发官网。

5.2　以服务意识打造特色微信平台

微信公众号侧重于期刊的圈子传播，以“短平快”的形式传播信息。社科院学术期刊微信公众号的用户大多为期刊的作者及读者。好的公众号可以有效吸引读者，并有助于将读者转化成作者。因此，应分析用户构成，切实将用户当成重要的服务对象，从用户的需要出发提

（下转第 21 页）